

Bab I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Setiap manusia membutuhkan makan dan minum, sebagai sumber tenaga untuk menjalani kehidupan sehari-harinya sebagai kebutuhan primer setelah oksigen. Penelitian ilmiah yang berjudul “*Water, Hydration, and Health*” dalam jurnal *Nutrition Reviews* tahun 2010, mengatakan tubuh manusia terdiri dari 75 persen air, maka dari itu manusia diwajibkan untuk mengonsumsi air minimal 8 gelas per hari (Popkin, D'anci, & Rosenberg, 2010). Air putih adalah air murni yang tidak dapat diubah dengan bahan lain, tidak berbau maupun berwarna, menjadi zat yang paling bermanfaat untuk tubuh, dan menjaga metabolisme tubuh tetap sehat (Sari I. P., 2014). Keseimbangan air dalam tubuh juga terdiri dari seberapa banyak air yang dikeluarkan dari tubuh (Museum, 2023). Tubuh yang mengalami dehidrasi, merupakan konsekuensi dari kurang mengonsumsi air putih dengan cukup.

Sebuah artikel dari KEMENKES: Unit Pelayanan Kesehatan (2022) mengatakan dehidrasi adalah kondisi tubuh kekurangan cairan di dalamnya yang tidak seimbang dari diterima. Efek sampingnya dapat menyebabkan sakit kepala, mulut, bibir dan mata akan terasa kering, dan kurang energi. Jika kebiasaan ini dibiarkan terlalu lama bisa menyebabkan penyakit jangka panjang, dan dapat mempengaruhi fungsi ginjal (Kemenkes, 2022).

Menurut survei yang dilakukan pada tahun 2023 oleh Jakpat, hanya 20 persen dari 600 responden remaja memiliki kebiasaan untuk meminum air putih setiap hari. Semestinya di usia remaja (14-18 tahun) mereka harus mengonsumsi air putih sebanyak 8-12 gelas sehari. Aktivitas remaja sebagai siswa seperti, kegiatan ekstrakurikuler, belajar, olahraga dan lain sebagainya, kegiatan yang melibatkan tenaga. Perlu diseimbangi dengan minum dan makan yang cukup.

Minuman rendah gula semakin sulit dicari oleh para orang tua untuk anak-anaknya, kurangnya informasi mengenai batasan kadar gula menjadi salah satu

alasan mengapa cenderung keluarga kelas bawah lebih rentan membeli minuman manis (Fleming-Milici, 2021). Berdasarkan dari survei *Indonesia Consumer Health Habit* yang diisi sebanyak 600 responden, sekian persen remaja lebih sering mengonsumsi minuman manis daripada air putih, hal tersebut terbukti dari data Jakpat di tahun 2023 bahwa sebanyak 34 persen remaja mengonsumsi makanan atau minuman manis sebanyak 1-2 kali sehari (Jakpat, 2023).

Masa remaja memiliki kendali penuh terhadap apa yang mereka konsumsi, masa inilah pola makan terbentuk dan cenderung tidak berubah sampai dewasa, dan akhirnya mempengaruhi kebiasaan di masa depan (Maulida, 2020). Selain itu, pemerintah sedang meningkatkan *awareness* akan bahayanya makanan kemasan yang mengandung gula, garam dan lemak (GGL) seperti yang di sebutkan oleh Kurniasih Mufidayati dalam wawancara tersebut, beliau jelas menegaskan kita harus mengurangi konsumsi makanan dan minuman kemasan (PARLEMENTARIA, 2024).

Menurut dr. Akhyar Albaar, Sp.PD-KGH,-FINASIM kebiasaan minuman manis yang berlebihan serta tidak cukup minum air putih dapat menyebabkan penyakit jangka panjang pada tubuh, terutama pada ginjal. Ginjal merupakan salah satu organ penting, yang bertugas membersihkan racun dan mengeluarkan kotoran dalam darah melalui urine (Makassar, 2022). Mengonsumsi minuman manis yang berlebihan dapat membuat beban kerja ginjal, karena tubuh harus memproses kelebihan gula yang berlebihan. Jika ini ditambah dengan kebiasaan minum air putih yang kurang, ginjal akan mengalami kesulitan membuang racun dan limbah secara efektif. Kurangnya cairan pada tubuh secara terus-menerus dapat membuat perburukkan fungsi ginjal dan berpotensi menyebabkan terjadinya gagal ginjal (Jerman, 2023).

Menurut Ani Ruspitawati, seorang Kepala Dinas Kesehatan DKI Jakarta, data pada Sistem Informasi Rumah Sakit (SIRS) Online Kementerian Kesehatan RI, jumlah penyakit gagal ginjal di DKI Jakarta sebanyak 439 kasus pada tahun 2023 (Sari B. B., 2024). Melihat dari data yang telah terpapar mengenai kasus penyakit gagal ginjal pada anak sudah memprihatinkan. Oleh karena itu, diperlukan adanya edukasi salah satunya melalui kampanye.

Salah satu merek air mineral yang memberikan kampanye edukasi mengenai pentingnya mengonsumsi air putih secara teratur ialah Le Minerale. Le Minerale memiliki beberapa kampanye yaitu Gerakan Indonesia Sehat pada tahun 2016, menjadi program kampanye pertama mereka yang berfokus meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai pentingnya meminum air mineral pada kesehatan. Bekerja sama dengan Ikatan Dokter Indonesia (IDI) Le Minerale membagikan 2 juta botol dan di salurkan ke 100 rumah sakit di Indonesia (detiknews, 2018).

Kampanye sangat penting untuk memahami bagaimana kegiatan ini menjadi alat utama dalam menyampaikan pesan kepada audiensi dengan efektif dan terarah. Rajasundarman (1981) memberi pandangannya bahwa kampanye melibatkan pemanfaatan berbagai metode komunikasi yang berbeda, namun dikelola secara terkoordinasi, demi mendapat perubahan atau peningkatan kesadaran akan suatu isu (Pangemanan, 2023). Kampanye Sosial berfokus pada isu-isu sosial yang relevan pada semua orang yang bertujuan untuk membangun kesadaran, mengubah sikap terhadap isu-isu tertentu (Rangkuti, 2023). Media yang sering digunakan untuk kampanye adalah TV, poster, maupun komik.

Komik merupakan bahan baca yang ringan dan menghibur untuk menyampaikan pesan kepada audiens, terutama bagi remaja yang memiliki minat baca yang tinggi (Saputro A. D., 2016). Perkembangan jaman mendorong remaja untuk beralih dari komik konvensional ke komik digital, salah satunya ialah komik strip yang kini mengalami perubahan besar secara visual. Berbeda dengan komik strip tradisional, yang hanya ada di media cetak, komik digital dibuat menjadi lebih interaktif, mendorong diskusi antar pembaca (Azzura, 2019).

Menurut artikel Detikhot.com (2023), fenomena ini menunjukkan bahwa perubahan tren media berbasis teknologi di Indonesia mempengaruhi keberhasilan komik strip. Komik strip yang biasanya penuh dengan kritik dan ditampilkan pada halaman belakang surat kabar atau majalah, ternyata dapat bertahan di era digital. Selain itu, Komik strip pun berubah menjadi lebih pendek dan lebih berwarna. Mereka dapat dianggap secara tidak langsung sebagai format aktivisme *online*, kemampuan mereka dengan menyampaikan pesan sosial dengan cara yang mudah dipahami dan menarik memungkinkan mereka untuk menginspirasi massa meskipun terbatas pada diskusi *online* (Lubis, 2023). Komik pun sering dijadikan

sebagai media alternatif untuk edukasi anak sampai remaja, untuk anak yang kesulitan membaca akan lebih mudah mempelajari perasaan dengan mengamati gambar yang terdapat pada komik (Foundation, 2024).

Penelitian ini berfokus untuk mengajak remaja pada usia 12-18 tahun agar lebih memiliki kesadaran diri untuk menjaga kesehatan tubuhnya, dan terhindar dari dehidrasi dengan rutin mengonsumsi air putih di setiap harinya. Peneliti menggunakan komik strip sebagai media konten visual, karena komik strip dianggap ringan dan akrab untuk remaja, kemudian komik strip akan disebarluaskan melalui media sosial Instagram agar mudah dijangkau oleh remaja. Peneliti berharap dengan media komik strip ini dapat menjadi sarana edukasi, efektif, dan ringan dalam memberikan *awareness* positif, sekaligus membuat kebiasaan yang sehat untuk masa depan para remaja.

1.2 Identifikasi Masalah

Dari kasus yang dipaparkan di latar belakang oleh peneliti, berikut beberapa identifikasi masalah yang berhubungan dengan minum air putih dan menjadi bahan dalam perancangan :

1. Kurangnya informasi edukasi mengenai kebutuhan air putih setiap hari pada tubuh untuk remaja usia 12-18 tahun.
2. Kurangnya kampanye sosial menggunakan komik strip terhadap pentingnya air putih untuk tubuh untuk remaja usia 12-18 tahun.

1.3 Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah dipaparkan, rumusan masalah dari perancangan ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana merancang sebuah kampanye sosial dengan media komik strip untuk meningkatkan kesadaran remaja di Jakarta mengenai pentingnya minum air putih?
2. Bagaimana menentukan media efektif dalam menyampaikan pesan mengenai manfaat minum air putih untuk anak remaja?

1.4 Tujuan Penelitian

Dari permasalahan yang telah disampaikan, peneliti menggunakan komik strip sebagai sarana edukasi dan efektif untuk remaja usia 12-18 tahun, untuk meningkatkan *awareness* mengenai manfaat dan pentingnya air putih dalam tubuh. Menggunakan kampanye sosial dengan media utama komik strip, untuk mengetahui seberapa pengaruhnya komik strip terhadap remaja dan masyarakat.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

1. Penelitian ini dapat menambahkan pengetahuan dan pemahaman dalam studi Desain Komunikasi Visual dalam bidang kampanye sosial menggunakan media komik strip.
2. Penelitian ini dapat memberikan kesadaran terhadap peran media komik strip ilustrasi yang efektif pada anak remaja pada usia 12 - 18 tahun mengenai pentingnya minum air putih untuk tubuh.

1.5.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat memberikan dorongan kepada para remaja mengenai pentingnya minum air putih untuk kesehatan tubuh. Selain itu, diharapkan penelitian ini dapat menjadi saran terhadap orang tua, institusi pendidikan ataupun perusahaan untuk lebih memperhatikan isu ini.

1.5.3 Bagi Universitas Pembangunan Jaya

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan kesadaran mengenai pentingnya minum air putih bagi tubuh, untuk masyarakat khususnya remaja. Dan juga bagaimana penggunaan media komik strip dalam suatu kampanye sosial.

1.5.4 Bagi Peneliti

Mahasiswa juga akan mempelajari lebih dalam mengenai, cara membuat kampanye dengan informatif, baik dan efektif.

1.5.5 Bagi Masyarakat

Memberikan edukasi dan kesadaran kepada para masyarakat, khususnya remaja untuk selalu menjaga tubuh dengan mengonsumsi air putih secara seimbang.

1.6 Sistematika Penulisan

Penulisan laporan proposal ini terdiri dari:

1. BAB I PENDAHULUAN

Bab pertama ini mencakup pembahasan latar belakang mengenai pentingnya air putih untuk anak remaja usia 12-18 tahun. Pembahasan terkait dengan kasus gagal ginjal pada anak serta data survei yang dilakukan pada tahun 2024. Bab ini menjelaskan kebutuhan air putih untuk tubuh dan berbagai dampak dari kurangnya meminum air putih. Menggunakan Kampanye *awareness* sebagai cara menyampaikan informasi seperti kampanye yang pernah dilakukan oleh Brand Le Minerale dan media utamanya Komik agar para remaja agar dapat membacanya dengan efektif dan menyenangkan.

2. BAB II DATA DAN LITERATUR

Bab ini menyajikan teori yang relevan, termasuk konsep dasar mengenai kampanye sosial, komik, perkembangan remaja, brand Le Minerale dan air putih. Pengumpulan beberapa jurnal penelitian terdahulu yang dapat membantu perancangan ini sebagai bahan perbandingan.

3. BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini membahas metode desain, yang digunakan untuk merancang kampanye dan komik strip. Pengumpulan data melalui studi literatur, observasi dan wawancara untuk mengumpulkan informasi lebih detail untuk membantu dalam perancangan komik strip. Tahapan membuat perancangan ini menggunakan *design thinking*, mulai dari pengumpulan data, analisis hingga pendekatan penelitian.

4. BAB IV METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini membahas strategi secara keseluruhan yang akan peneliti gunakan dalam merancang karya, yang terdiri dari strategi komunikasi, analisis

segmentasi, konsep kreatif, konsep visual, konsep verbal sampai dengan *final artwork* dan media yang digunakan.

5. BAB V Kesimpulan dan Saran

Bab ini berisi kesimpulan pada perancangan dan saran akademis dan juga saran praktis untuk penelitian selanjutnya.

